

ПРИНЦИПЫ И СПОСОБЫ НОМИНАЦИИ В АНГЛИЙСКОЙ ЭРГОНИМИИ (НА МАТЕРИАЛЕ НАЗВАНИЙ ФОРМ И КОМПАНИЙ)

Эргонимическая лексика занимает особое положение в ономастике и характеризуется рядом особенностей, позволяющих выделить ее в отдельную группу. К эргонимам относят «названия предприятий, учреждений, обществ, объединений, союзов и т. п. [1]. В Словаре русской ономастической терминологии Н. В. Подольской эргоним определяется как «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [2].

В статье рассматриваются названия английских предприятий (фирм и компаний) и излагаются предварительные результаты анализа основных принципов и способов их номинации в английском языке. Исследование проводилось на материале лингвострановедческого словаря «Великобритания» [3] и справочника международных предприятий. 'The World Directory of Multinational Enterprises' [4].

Как известно, различают естественно и искусственно сложившиеся имена. Последние возникли в более поздний период, часто на основе и по моделям естественных наименований. Эргонимы являются продуктом развития производства и относятся к периоду, когда актуальным становится искусственное, целенаправленное имятворчество.

Эргонимическая лексика, таким образом, относится к искусственным наименованиям, и для ее создания необходимы такие условия, как «наличие ясной целеустановки, «направленный» учет свойств объекта, индивидуальность авторства (в широком смысле)» [5]. Так как эргонимы входят в состав онимической лексики, основные номинационные процессы, происходящие в ономастике, характерны и для эргонимической системы. Однако специфика этого разряда онимов определяет особенности некоторых способов номинации, приводящие к появлению разнообразных структурно-семантических моделей, характерных для эргонимов как искусственных наименований.

Поскольку объектом нашего исследования являются принципы и способы номинации в английской эргонимии, то описание структурно-семантических моделей будет производиться с учетом основных путей создания наименований. Это известные способы: деривация, словосложение, семантические переносы, образование со-

ставных наименований, заимствование из других языков. В задачу статьи входит также анализ соотношения этих способов номинации в эргонимии.

Анализ исследуемого материала позволил выделить два типа наименований (реальный и символический) для обозначения английских фирм и компаний. Реально мотивированные эргонимы указывают на реально существующий факт, связанный с характером деятельности предприятия и выпускаемой им продукции, с личностью владельца (основателя) или с местом расположения предприятия. Эргонимы с символической мотивировкой (или так называемые условные эргонимы) косвенно или условно отражают реальные признаки объекта посредством метафоры, аббревиации и т. д.

Внутри этих двух групп наименований можно, в свою очередь, выделить подгруппы с различными дифференциальными семантическими признаками. Обратимся к анализу возникновения реально мотивированных названий, которые составляют большинство онимов данного класса.

1. Главенствующим в английской эргонимии является онтропонимический принцип номинации, когда производящей основой для названий служат имена основателей, владельцев предприятий. Данная группа включает однословные, двусловные и многословные наименования, представленные следующими моделями:

- одиночный антропоним;
- антропоним + антропоним;
- антропоним + термин родства;
- онтропонимический адъектив (антропоним в притяжательном падеже) + апеллатив.

Многочисленны однословные наименования, образовавшиеся в результате трансонимизации фамилий основателей (владельцев) компаний, фирм: *Cunard* (судоходная компания), *Bakelite* (компания по выпуску синтетической смолы), *Cheney* (комп. по производству дверных замков), *W. N. Smith* (комп., владеющая книжными магазинами), *Bovis* (строительная комп.), *Boots* (фармацевтическая комп.) *Reuters* (информационное агентство), *Parsons* (комп., выпускающая электротехническое оборудование), *Vickers* (военно-промышленный концерн), *Clarks* (комп. по производству обуви), *Marny* (комп., выпускающая косметику и парфюмерию), *Debenhams* (комп., выпускающая принадлежности женского туалета), *Pickfords* (комп., осуществляющая морские и сухопутные перевозки грузов), *Sketchley* (комп., владеющая мастерскими химички), *Fisons* (комп. по производству минеральных удобрений) и др.

В однословных эргонимах онтропонимического происхождения широко представлены наименования с концовкой *-s*. В некоторых случаях это может быть флексия множественного числа,

которая, очевидно, указывает как на факт одновременного владения компанией несколькими лицами, связанными родственными узами, так и на последовательную передачу компании по наследству.

В то же время обращает на себя внимание факт отсутствия обязательной связи между категорией множественного числа и количеством владельцев. Иными словами, употребление эргонима во множественном числе не всегда предполагает несколько владельцев, а совместное владение предприятием группой родственников, в свою очередь, не обязательно находит отражение в форме множественного числа эргонима. В этой связи правомерно замечание В. И. Болотова о том, что «множественное число имен собственных — неоднородное множество. В этом — условие его существования» [6].

Вместе с тем нельзя также отрицать факт присутствия в эргонимах аффикса *-s* с притяжательным или притяжательно-относительным значением, когда он служит для оформления антропонимических основ в эргонимическом словопроизводстве.

Наряду с отмеченными выше способами номинации в эргонимах, возникших на антропонимической основе, необходимо упомянуть и о том случае, когда окончание *-s* является доэргонимическим по происхождению, возникшим еще на антропонимической стадии. Фамилии *Vickers*, *Richards*, *Lyons*, от которых образовались эргонимы, содержат конечное *-s* в своем составе, причем оно не воспринимается в антропонимах как признак плюраля. Речь идет о простом (безаффиксальном) переносе антропонима в сферу эргонимии. Аналогичный процесс имеет место и в русской топонимии [7].

Отдельную группу составляют однословные наименования, оформленные при помощи морфемы *-s*, которая в английском языке является единственным морфологическим показателем категории падежа, указывающего на принадлежность (*The Possessive or Genitive Case*), например: *Sainsburu's* (комп., владеющая бакалейно-гастрономическими магазинами), *Ogden's* (комп. по производству табачных изделий), *Booth's* и *Ballantine's* (комп. по производству спиртных напитков), *Christie's* (лондонская аукционная фирма), *Simpson's* (комп. по производству и торговле мужской одеждой), *Twining's* (комп. по продаже чая и кофе) и др.

Здесь мы, по-видимому, имеем дело с *Absolute Possessive* (абсолютным притяжательным), когда зависимое слово опускается, имплицитруясь лишь формой притяжательного падежа. Доказательством может служить возможность двоякого употребления эргонимов: *Christie's* и *Christie Manson and Woods*; *Twining's* и *R. Twining and Co Ltd*; *Woolworth's* и *F. W. Woolworth and Co*.

Значительная часть эргонимов относится к двусловным названиям, образовавшимся благодаря метонимическому переносу пол-

ного имени владельца, предпринимателя или основателя компании: *Ernest Scragg* (комп., выпускающая оборудование для текстильной промышленности), *David Brown* (автомобильная комп.), *Montague Burton* (комп., владеющая магазинами женской одежды), *Robert Sinclair* (комп. по производству табачных изделий), *Joseph Lucas* (комп. по производству электротехнического оборудования), *Alvan Blanch* (комп. по производству сельскохозяйственного оборудования), *George Payne* (комп. по производству кондитерских изделий), *Joseph Frisby* (комп., выпускающая принадлежности женского туалета) и др.

Иногда в таких названиях сохраняются употребляющиеся при антропонимах титульные слова *sir*, *lord*: *Sir Robert McAlpine* (комп., выпускающая строительные материалы), *Lord Cowdray* (финансово-промышленный концерн) и др.

В основе образования многословных наименований отантропонимического происхождения лежат фамилии двух и более владельцев: *Spear and Jackson* (комп. по производству ручного инструмента), *Freeman, Hardy and Willis* (комп., владеющая обувными магазинами), *Rolls-Royce* (крупная машиностроительная комп.), *May and Baker Ltd* (комп. по выпуску химических и фармацевтических товаров), *Chance-Pilkington* (комп. по производству оптического стекла), *Berger, Jenson and Nicholson* (комп. по выпуску фармацевтических товаров), *Collis and Bales Ltd* (комп. по производству табачных изделий) и др.

Эргонимы, содержащие в своем составе термин родства, представлены моделью как с сочинительной связью компонентов (*Harrison and Sons*, *John Laing and Son Ltd*, *John Wyfeth and Brother*, *Smith and Nephew*), так и с подчинительной (*Lines Brothers*, *Cocker Brothers*, *Chivas Brothers*).

Наиболее употребительными элементами, обозначающими термины родства, являются *son/sons* («сын/сыновья»), *brothers* («братья»). Нетипичным способом эргонимообразования в пределах этой группы является употребление элемента *nephew* («племянник»).

Определительные сочетания, представленные моделью «отантропонимический адъектив+апеллятив», характеризуются исключительно подчинительной связью компонентов: *Ford Motors* (филиал американского автомобильного концерна), *Rothemere Press* (крупный газетный концерн), *Nicholas Laboratories* (фармацевтическая фирма), *Harlech TV* (коммерческая телевизионная комп.), *Rye Records* (фирма по выпуску грампластинок) и др.

Особое место в этой группе занимают эргонимы, где в качестве первого элемента используется лексема в притяжательном падеже. Такие посессивные сочетания обычно отражают реальный факт владения предприятием, оставляя очевидным (прозрачным) мотив номинации, вызванный экстралингвистическими (социально-эко-

номическими) причинами: *Farley's Infant Food* (комп. по выпуску продуктов питания для детей), *Fox's Glacier Mints* (комп. по производству кондитерских изделий), *Johnson's Wax* (комп., выпускающая средства для полировки мебели, полов), *Brock's Fireworks* (комп. по выпуску сигнальных ракет, фейерверков), *Pilkington's Tiles Ltd* (комп. по производству кафеля) и др.

Значительная часть эргонимов — определительных сочетаний содержит апеллятивы, оформленные флексией множественного числа, что, по-видимому, является одним из эргонимообразующих средств. Частота употребления и однотипность оформления позволяют выделить такие наименования в отдельную структурно-семантическую подгруппу — многословные сочетания, образовавшиеся благодаря трансонимизации антропонимов, которые сочетаются с апеллятивами во множественном числе: *Johnson Cleaners* (комп., владеющая мастерскими химчистки), *Kosset Carpets* (комп. по производству ковровых изделий), *Staveley Industries* (комп. по производству оборудования), *Weston Foods* (комп. по выпуску продуктов питания), *Warrick Pharmaceuticals* (фармацевтическая комп.), *Seagram Distillers* (комп. по выпуску спиртных напитков).

2. Следующую группу наименований с реальной мотивировкой составляют эргонимы, лексической основой которых послужило местоположение объекта, т. е. эргонимы оттопонимического происхождения. Основной моделью здесь является описательная конструкция с подчинительной связью компонентов, содержащих указание на местоположение объекта, род занятий, вид продукции, выпускаемой предприятием: *British Airways*, *Caledonian Airways* (авиационные комп.), *British Broadcasting Company* (Британская радиовещательная комп.), *Newcastle Breweries* (пивоваренная комп.), *Thames TV* (телевизионная комп.), *Scottish Agricultural Industries Ltd* (комп. по производству сельскохозяйственного оборудования), *Birmingham Small Arms Co Ltd* (комп. по производству стрелкового оружия), *Ascot Gas Water Heaters Ltd* (комп. по производству газовых водонагревательных колонок) и др.

Как видно из примеров, названия состоят из оттопонимических адъективов, за которыми следуют апеллятивы, указывающие либо на характер производственной деятельности (производственно-техническая лексика): *British Steel Corporation*, *Westland Aircraft*, *Trafalgar House Investments*, *London Rubber Industries*, либо на вид выпускаемой продукции (лексика с вещественным значением): *Spa Brushers*, *Cleveland Petroleum Co Ltd*, *Ross Poultry Group*, *Vauxhall Motors*, *Ascot Gas Water Heaters Ltd*.

В качестве оттопонимических элементов могут использоваться подвергшиеся трансонимизации ойконимы, гидронимы и даже административные хоронимы: продовольственный рынок *Leadenhall Street Market* (по названию улицы); автомобильная комп. *Vaux-*

hall Motors (по названию моста через Темзу); телевизионная прокатная фирма *Granada TV Rentals* (по названию города); «меддинг компани», объединяющая большую группу горнодобывающих, металлургических и химических фирм *Rio Tinto — Zinc Corporation* (*Риотинто* — город в Испании), коммерческие телевизионные комп. *Tyne — Tess TV* и *Thames TV* (по названиям рек); пивоваренная комп. *Guernsey Brewery Co* (по названию о-ва *Гернси*); автомобильная комп. *British Leyland*.

Наиболее распространенным типом наименований среди описанных выше конструкций являются построения, содержащие оттопонимические прилагательные *British, English, Scottish* в качестве первого компонента: *British Aircraft Corporation, British and Commonwelsth Shipping, British Caledonian Airways, British Monomarks, English Electric Company, English Racing Automobiles, Scottish Transport Group* и т. д.

Лексема *British* в таких образованиях обладает специфическим значением, отличным от семантической функции других оттопонимических элементов, употребляющихся в аналогичных конструкциях. Она указывает уже не на местоположение эргонима, а связана с рядом других специфических функций и вызывает другие ассоциации. Так, например, часть наименований с компонентом *British* представляет собой дочерние компании крупных межгосударственных концернов, и тогда *British* указывает на национальную принадлежность, т. е., по существу, выступает в своем основном лексическом значении. Кроме того, употребление *British* в качестве первого компонента в эргонимах — дань существующей издавна западноевропейской традиции в промышленной номинации, послужившей словообразовательной основой для образования ряда подобных наименований в других языках, в частности русском.

Одним из способов оформления эргонимов, мотивированных топонимами, является весьма своеобразная модель, которая включает топоним в непереоформленном виде: *Pye of Cambridge* (комп. по производству радиоаппаратуры), *Simplex of Cambridge Ltd* (комп., выпускающая сельскохозяйственное оборудование), *Harveys of Bristol* (комп. по продаже спиртных напитков). Эта конструкция, по существу, повторяет описанную выше посессивную, являясь ее трансформационной моделью. Однако связь между компонентами здесь осуществляется при помощи предлога *of*, и по существующему в английской грамматике правилу компоненты меняются местами (топоним следует за аппеллятивной или антропонимической частью).

3. Особую группу эргонимов составляют имена, образовавшиеся путем онимизации аппеллятивов и указывающие на характер деятельности предприятия, выпускаемую продукцию, ее свойства. По сравнению с отантропонимическими и оттопонимическими эр-

гонимами таких наименований намного меньше, что, очевидно, является одной из специфических особенностей английской эргонимии. Однако, несмотря на немногочисленность отопеллятивных названий, данная группа представлена разнообразными моделями.

В основе однословных безаффиксных наименований, образовавшихся благодаря онимизации аппелятивов, чаще всего лежат существительные, которые указывают (прямо или косвенно) на вид выпускаемой продукции: *Rotaprint* (комп. по выпуску офсетных печатных машинок), *Radiation* (комп. по производству кухонного оборудования), *Distillers* (комп. по производству спиртных напитков), *Dynatron* (комп. по производству радиоаппаратуры), *Pyrene* (комп. по производству противопожарного оборудования) и т. д. [8].

К так называемым искусственным отопеллятивным наименованиям относят названия компаний и фирм, образовавшихся путем сращения с сопутствующим усечением некоторых элементов или без него: комп., занимающаяся охраной банков, помещений фирм, — *Securicor* (от *Security Corporation*); комп., выпускающая обои, — *Walpamur* (от дескриптивного наименования *Wall Paper Manufacturers*); фирма, заказывающая для туристов номера в гостинице, — *Hotac* (от *Hotel+accomodation*); комп. по выпуску различных видов смазочных масел — *Castrol* (от *castor+oil*).

В названии текстильной компании *Chilprufe* (*chill* «холод» + *proof* «непроницаемый», «не поддающийся действию») наряду с усечением мы, по-видимому, имеем дело с преднамеренным изменением орфографии английских слов. Изменение гласной также отмечено в названии фирмы, выпускающей игрушки для детей: *Kid-dicraft* (*kiddy* «ребенок» + *craft* «ремесло»).

Роль орфографии при создании эргонимов отопеллятивного происхождения можно также показать на примере компании, выпускающей щетки и швабры, *Kleen-E-Ze*, где правила английской орфографии намеренно нарушаются для создания эффекта необычности. Иными словами, здесь мы сталкиваемся со своеобразным графическим отображением фонетического содержания английского сочетания *clean easy*.

Аналогичный процесс наблюдается при образовании товарных знаков и подробно описан в работах З. П. Комоловой, Т. А. Соболевой, Н. А. Гурской, В. В. Лебедева и др. [9]. Тенденция, связанная с отступлением от норм орфографии при создании словесных товарных знаков, носит весьма устойчивый характер и охватывает немалое количество прагмонимов.

Немногочисленна, но своеобразна подгруппа наименований, образовавшихся посредством словосложения: *Knitmaster* (комп. по производству вязальных машин) — от глагола *knit* «вязать» и существительного *master* «мастер»; эргоним *Pelfoods* (комп. по вы-

пвску консервов для домашних животных) образовался в результате слияния апеллятивов *pet* «любимое животное» и *food* «продовольствие, провизия»; в основу названия компании *Mother-care*, содержащей магазины по торговле товарами для детей и беременных женщин, были положены существительные *mother* «мать» и *care* «забота»; эргоним *Bairns-Wear* своим возникновением обязан словам *bairn* (шотл.) «ребенок» и *wear* «носить одежду» (комп. по выпуску детской одежды); *Atcost* (от *at cost* «по себестоимости») является названием компании по производству сборных сельскохозяйственных построек.

К искусственным наименованиям следует отнести также отопеллятивные эргонимы с деривационными элементами *-lux*, *-tex*, *-max*, *mini-*, *uni-*, *poly-*: *Electrolux*, *Minimax*, *Plautex*, *Unigate*, *Polycell Holdings*, *Unilever*.

Многословные отопеллятивные названия представлены главным образом дескриптивной моделью, включающей в свой состав в качестве определяющего элемента имена прилагательные: *Exchange Telegraph Company* (информационное агентство), *Great Universal Store* (комп., владеющая универсальными магазинами), *Express Dairy Co Ltd* (комп., владеющая молочными заводами), *Ocean Steam Ship* (крупное объединение судоходных комп.), *Triplex Safety Glass* (комп. по производству небьющегося стекла), *Metal Box Company Ltd* (комп. по производству контейнеров и упаковочной тары), *Coalite and Chemical Products* (химическая комп.), *Export Bottlers* (комп. по производству спиртных напитков), *Consolidated Tin Smelters* (оловоплавильная комп.), *Standard Telephones and Cables* (комп. по производству телекоммуникационного оборудования) и др.

Совершенно очевидно, что апеллятивы, входящие в состав этих конструкций, непосредственно связаны с видом выпускаемой продукции либо являются производственными терминами, т. е. номинационные процессы испытывают огромное влияние социальных, экономических факторов.

Среди многословных отопеллятивных наименований дескриптивного характера выделяется группа названий, где в качестве определяющих элементов используются одни и те же прилагательные: *Allied*, *United*, *Amalgamated*, *Empire*, *Imperial*, *National*, *International*, *Royal*, *Associated*: *Allied Breweries* (пивоваренная комп.), *Empire Dairies* (фирма по импорту молочных продуктов), *Imperial Tobacco* (комп. по производству табачных изделий), *National Freight Corporation* («Национальная корпорация грузовых перевозок»), *International Computers* (комп. по производству ЭВМ) *Royal Dutch-Shell* (англо-голландский нефтяной концерн), *United Drapery Stores* (комп., владеющая магазинами одежды), что позволяет считать их одной из характерных особенностей промышленной номинации, как и в случае с эргонимами, содержащими компонент *British*.

Одним из традиционных способов номинации является семантическая деривация, при которой в структуру названия включаются компоненты с семантическим сдвигом, представляющие собой метафорический или функциональный перенос, иными словами, компоненты с символической мотивировкой. В некоторых эргонимах, описанных выше, уже наблюдался этот способ номинации.

Как правило, в основе названий-символов лежат ассоциативные связи, содержащие намек на характер деятельности предприятия, качество, вид, размеры выпускаемой продукции. Немалую роль при создании символически мотивированных эргонимов играют и такие экстралингвистические факторы, как реклама, престиж предприятия, в некоторых случаях наименования могут выполнять эстетическую функцию.

Большинство символических, или условных, эргонимов — это однословные названия, возникшие благодаря метафорическому переносу значения и указывающие на вид, размеры, качество, а также результат от применения того или иного вида продукции: комп. по производству зажигалок *Colibri* (очевидно, имеются в виду размеры выпускаемой продукции); пивоваренная комп. *Courage* (франц. *courage* «храбрость», «смелость»); страховая комп. *Prudential* (буквально «благоразумный»); комп. по производству дезинфицирующих средств *Sanitas* (лат. *sanitas* «здоровье»); комп. по производству электроприборов *Goblin* (в англ. фольклоре Гоблин — проказливый чертенок, живущий в домах и в дуплах деревьев, ночью пугающий людей таинственными шумами); комп. по выпуску питательной белковой массы *Marmite* (франц. *marmite* «котелок», «кастрюля») и др.

Отмечаются также и многословные (в основном двусловные) символические наименования, повторяющие структуру рассмотренных выше реально мотивированных многословных эргонимов. Это такие названия, как комп. по производству кроватей, диванов *Slumberland Group* (буквально «царство дремы»); фирма электронагревательных приборов *Aladdin Industries*; крупный кооператив *Golden Eggs* (*golden* «золотой» + *egg* «яйцо»); комп. по производству электроприборов *Sunbeam Electric* (*sunbeam* «солнечный луч»); комп. по выпуску электробатареек *Ever Ready* (буквально «всегда готов») и др.

Следует заметить, что в основу эргонима могут быть положены различные мотивирующие факторы абстрактно-ассоциативного характера, порой даже чисто случайные ассоциации, поэтому нередко возникают трудности при объяснении таких условных наименований.

Рассмотренный материал позволил выделить два основных пути номинации в области английской эргонимии: трансонимизацию и онимизацию, а многообразие наименований свести к ограниченному кругу структурно-семантических моделей.

Наиболее распространенными являются названия, для которых производящей основой послужили антропонимы. Такое преимущественное употребление наименований этой группы обусловлено частным владением предприятиями, доля которого в Великобритании попрежнему высока.

К основным эргонимообразующим средствам следует отнести прежде всего категорию множественного числа, категорию притяжательного падежа, деривационные элементы, а также повторяющиеся в дескриптивных построениях компоненты: *British, English, Royal, Associated, Amalgamated, National, United, Empire, Imperial*.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М., 1973. С. 194.
- ² Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М., 1978. С. 166.
- ³ Великобритания: Лингвострановед. словарь. М., 1980.
- ⁴ Stopford J. M., Dinning J. H., Haberich K. O. The World Directory of Multi-national Enterprises. New York. 1980.
- ⁵ Матвеев А. К. Топономастика и современность // Вопросы ономастики. Свердловск, 1974. № 8—9. С. 11.
- ⁶ Болотов В. И. Множественное число имени собственного и апеллятива // Имя нарицательное и собственное. М., 1978. С. 100.
- ⁷ Подробнее об этом см.: Отин Е. С. Непереоформленные личные имена в гидронимии Дона // Восточнославянская ономастика. М., 1979. С. 131—154.
- ⁸ Производящими основами для данных эргонимов послужили апеллятивы: *radiation* — «излучение», «радиация»; *distiller* — «дистиллятор, аппарат для перегонки»; *dynatron* — «динаatron» — тип трехэлектродной лампы; *pyrene* хим. — «пирен».
- ⁹ См.: Козлова З. П. Словообразовательные элементы американских торговых названий (*-pack, -master, -guard, -matic, -trol*): Дис. ... канд. филол. наук. Л., 1975; Соболева Т. А. Лингвистический анализ словесных товарных знаков в современном французском языке: Дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д., 1980; Горская Н. А. Структурно-семантические и морфологические особенности словесных товарных знаков // Грамматические и лексико-семантические исследования в синхронии и диахронии. Калинин, 1975. С. 26—41; Лебедев В. В. Семантические и морфологические особенности словопроизводства словесных товарных знаков // Исследования по романо-германскому языкознанию. Волгоград, 1979. Вып. 9. С. 152—159.

СОКРАЩЕНИЯ, ПРИНЯТЫЕ В СБОРНИКЕ

1. Названия языков и диалектов

авар.	—	аварский
авест.	—	авестийский
азерб.	—	азербайджанский
англ.	—	английский
башк.	—	башкирский
болг.	—	болгарский
вепс.	—	вепсский
гот.	—	готский